



Game Design Canvas II

Agora que já analisamos e entendemos o público-alvo que queremos atingir com o nosso jogo e conseguimos fazer a Engenharia de Requisitos é o momento de usar essas informações para o desenvolvimento de um Game Design que tenha a possibilidade de ser um sucesso!

Quanto ao sucesso de um jogo, muito está relacionado com o seu planejamento. Afinal, não podemos esquecer que o game diferente de outras atividades precisa ser divertido, essa diversão pode acontecer pelo fato de se tratar de uma atividade voluntária e dar feedbacks às ações do jogador, ou seja, só se joga se o jogador quiser e o jogo acontece por meio da interação jogador/jogo.

O planejamento de um jogo pode se dar por meio do Game Design Document (GDD), porém, nem sempre ele é o melhor modelo para pensar de forma rápida um projeto em jogos digitais, uma opção mais dinâmica e rápida é o Game Design Canvas (GDC).

Nessa aula vamos aprender mais sobre essa prática que está se tornando uma tendência, uma vez que o mundo corre cada vez mais depressa diante do desenvolvimento exponencial de novas tecnologias.

Para tanto vamos:

1. Aprender o Método Canvas e o Modelo mais adotado para Jogos;

2. Entender e desenvolver cada etapa do Canvas que consiste em:





Criar o Conceito, História e Personagens;





- Pensar os Levels, jogabilidade e mecânica.

Bora lá?!

1. Método Canvas e Modelo para Jogos

Você já ouviu falar sobre o Business Model Canvas? O Business Model Canvas ou “estrutura do modelo de negócios” é uma ferramenta de gerenciamento estratégico que permite desenvolver e delinear modelos de negócios novos ou existentes em uma única página. Originalmente proposta pelo designer suíço Alexander Ostwald (2000), o Canvas materializa a Business Model Generation, ou geração de modelo de negócios, ferramenta utilizada em muitas situações como projetos, negócios e jogos, por exemplo.

A principal função do Canvas é manter o seu modelo simples e sempre em mudança, para que a evolução continue a mesma, além de permitir que você e sua equipe visualizem o seu negócio e participem do processo de construção.

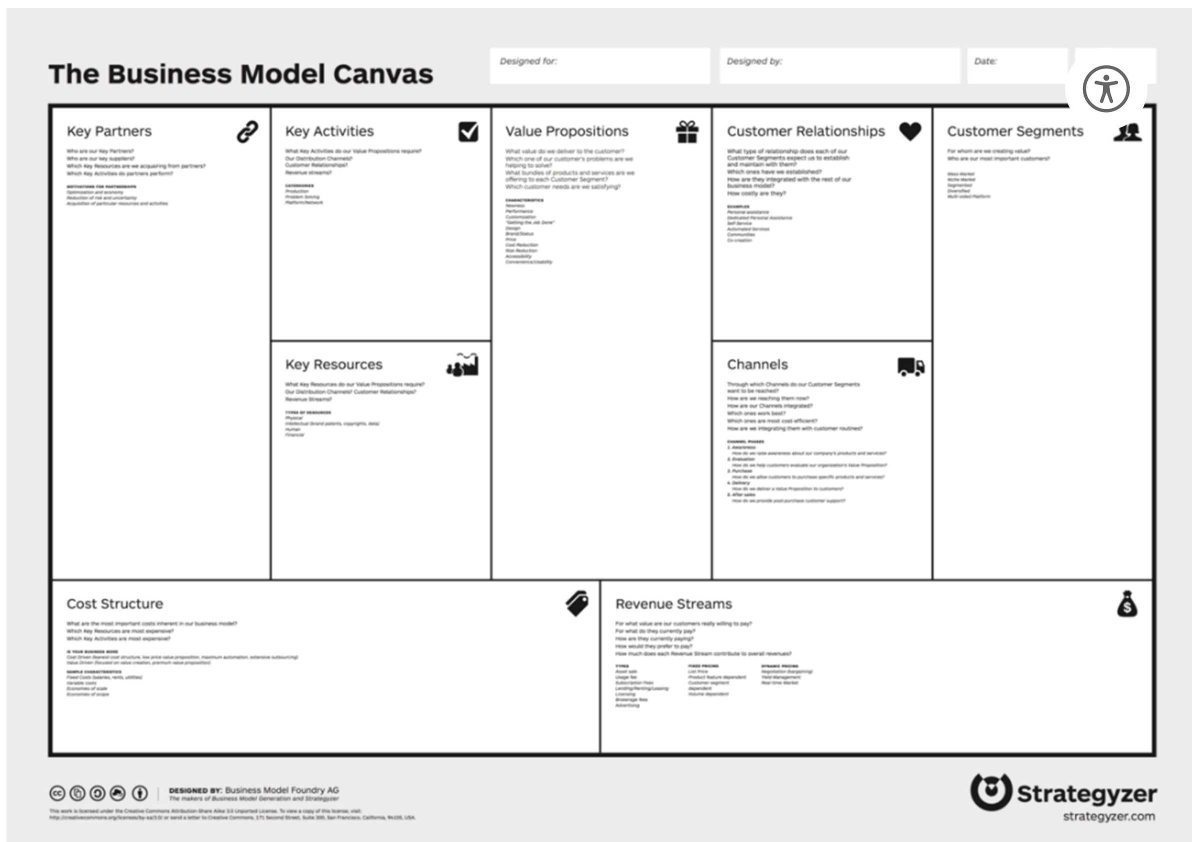


Figura 1 – Business Model Canvas | OSTERWALDER, 2009

O modelo teve origem na tese de doutorado de Alexander Osterwalder em 2004 (OSTERWALDER et al., 2011), posteriormente, em 2009 ele publicou um livro que rapidamente se tornou um best-seller do mundo empresarial.

> Segundo Vargas, "Game Design Canvas (GDC) é um framework para rapidamente definir os elementos fundamentais de um jogo". Ele permite uma visão simplificada em alto nível do jogo, garantindo uma rápida assimilação e compreensão para aplicação no projeto. Ele também promove mais interações entre os indivíduos durante a modelagem do jogo, tornando os projetos mais colaborativos e com maior capacidade de resposta a mudanças. (apud SARINHO, 2017, p. 141)

Portanto, o Game Design Canvas permite sintetizar rapidamente as ideias que irão contribuir para o desenvolvimento do jogo, de forma a apresentar uma visão geral do projeto em um único painel. Segundo Sarinho (2017), diferentes

tipos de Game Design Canvas surgiram nos últimos anos. Em geral, eles apresentam os fundamentos do jogo de uma forma relativamente semelhante, desde os conceitos, objetivos do jogo até os aspectos de realização do jogo, como as plataformas de execução e os frameworks envolvidos. A principal função do Canvas é manter o seu modelo simples e sempre em mudança, para que a velocidade de desenvolvimento e evolução continue a mesma, além de permitir que você e sua equipe visualizem o seu jogo e participem do processo de construção.

O Game Design Canvas é uma ótima ferramenta para pensar e desenvolver o conceito do jogo, sua história, personagens e as mecânicas principais.

2. Conceito, História e Personagens

Para o desenvolvimento desse componente iremos utilizar o modelo proposto por Sarinho (figura 2), o modelo foi apresentado no artigo “Uma Proposta de Game Design Canvas Unificado” e tentou trazer os principais atributos de outros 10.

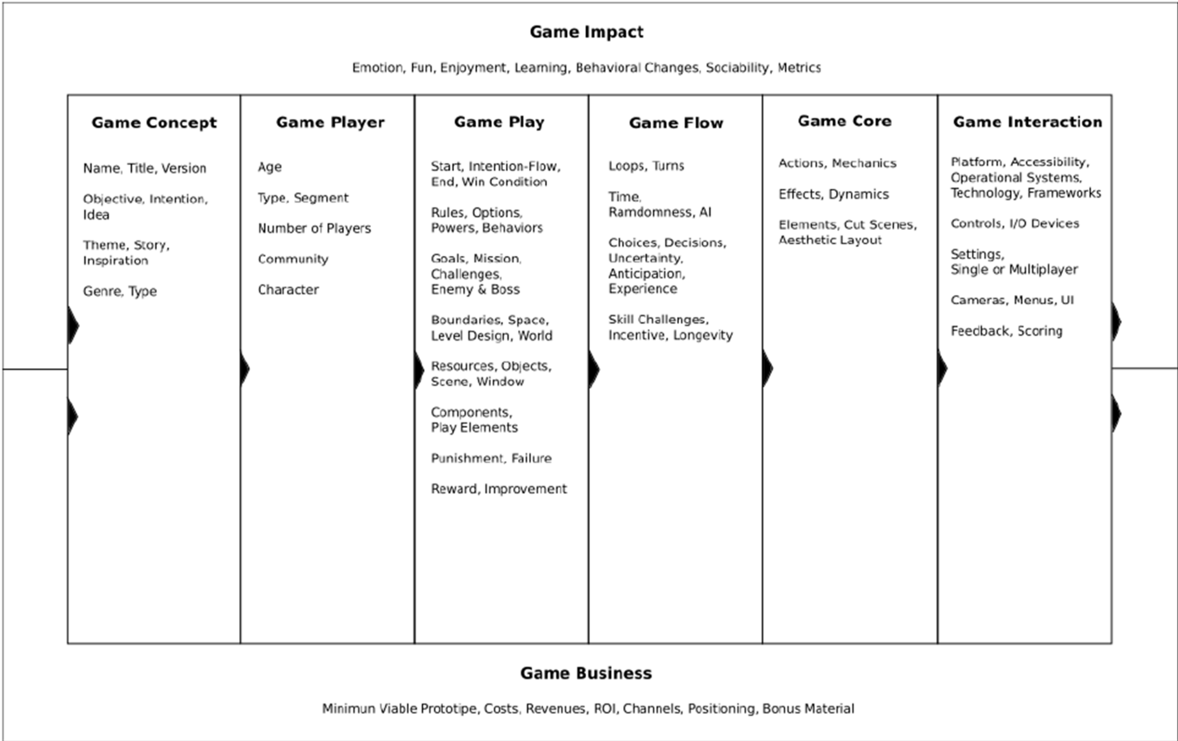


Figura 1 - Unified Game Canvas proposto | Sarinho, 2017



A seguir vamos entender o que consiste em cada quadrante. Além disso, vamos ver o exemplo, apresentado por Sarinho (2017, p.146), a partir do jogo Crossy Road.

2.1. Game Concept

Essa parte consiste em atender às necessidades e determinar a responsabilidade do próprio jogo, destacar seu nome, objetivo, intenção e inspiração para o seu conceito. Exemplo:



Nome: Crossy Road;



Inspiração: Frogger;



Objetivo: Ajudar o personagem a atravessar as ruas;



Ideia: Construir uma versão atual do jogo Frogger baseada em Qubicles;



Gênero: Runner.

2.2. Game Player

Descreva as informações sobre quem vai jogar, desde a idade do jogador até a comunidade em que seu público-alvo pode estar envolvido. Exemplo:

- **Idade:** Todas as idades;
- **Segmento:** Jogadores casuais;
- **Número de jogadores:** 1;
- **Comunidade:** Redes sociais para divulgação de fotos;
- **Personagens:** Variados conforme o ambiente de ruas do jogo.

2.3. Game Play

Descreva o desempenho do jogo em si, destacando seus estágios de início, meio e fim de acordo com os limites e regras dentro do espaço definido. Exemplo:

- **Cena:** Rua com tráfego pesado;
- **Componentes/Inimigos:** Carros, semáforos, trilhos, trens, rios, toras de madeira, plataformas nos rios, máquina de brindes etc.;
-

Limites: Rua limitada nas movimentações laterais e infinita nos movimentos frontais;



- **Start:** Jogador seleciona personagem que irá jogar. Partida se inicia com o personagem em um ponto da rua;

- **Regras:** Pode-se mover personagem nas quatro direções. Câmera avança com os movimentos do jogador. Câmera avança enquanto o jogador fica parado. Pode-se coletar moedas para ganhar créditos;

- **Metas:** Percorrer a maior distância possível. Coletar o máximo de moedas possíveis. Evitar recuar ou ficar parado;

- **Recompensas:** Pode trocar créditos por novos personagens na máquina de brindes. Pode compartilhar resultados nas redes sociais;

- **Danos/Punições:** Esmagado ao tocar inimigos. Eliminado se cair em buracos, rios etc. Capturado se recuar demais na tela.

2.4. Game Flow

Aqui você terá que tentar representar o tempo de jogo vivido pelo jogador, destacando o conceito de loops, permanência do comportamento do jogo e tomada de decisão. Exemplo:

- Desafio em escolher melhor rota;





Antecipar posições de carros, trens e toras de madeira;



Quantidade e velocidade de inimigos aleatória com o tempo.

2.5. Game Core

Você deverá apontar os elementos da construção do jogo, descrever o mecanismo das regras, a dinâmica dos objetivos e a beleza dos componentes de modelagem do jogo. Exemplo:



Toque na tela gera movimento do personagem nas quatro direções;



Múltiplos toques geram uma sequência de movimentos rápidos;



Captura do personagem quando estiver na borda da câmera;



Após cada avanço de 50 (sugestão) metros, deve-se aumentar o volume do tráfego;



Após cada avanço de 200 (sugestão) metros, deve-se aumentar a velocidade do tráfego;



Gráficos isométricos e em Qubicles;

- Uso de uma ferramenta específica para modelagem dos personage
- Personagens representados por animais diversos;
- Animações de movimentos para cada personagem;
- Imagens de “estar esmagado” para cada personagem;
- Loja virtual para a aquisição de personagens;
- Exibição de vídeos promocionais para ganhar créditos extras;
- Apenas efeitos sonoros como áudio do jogo.

2.6. Game Interaction:

Nesse item você deverá ressaltar que o ambiente de execução do jogo em si é diferente da plataforma, dos recursos de implementação e da tecnologia envolvida. Exemplo:

- Plataforma Mobile;
-

Toques na tela para controle de acordo com a posição corrente do personagem;



- Menu inicial com opções de configuração, loja virtual e seleção de personagem;
- Exibição de créditos e km percorridos na tela do jogo.
- Pop-ups para compartilhar pictures de falha, reiniciar partida, iniciar vídeos etc.

2.7. Game Impact

Defina o que o jogo deve trazer para o jogador, destacando diferentes motivações e motivos para emoção, diversão e aprendizado, que podem ou não ser medidos. Exemplo:

- Jogo simples e divertido (frogger sem fim);
- Frustração leve (não pense que eu chegarei tão longe!);
- Só mais uma vez (reviravolta rápida para mais uma partida);
- Nostalgia retrô (estilo isométrico);



Socializável (distribuição de pictures de falha).



2.8. Game Business

Indique aqui se o projeto pode ter problemas mercadológicos, pontos fracos, ameaças e até mesmo de posicionamento de mercado e/ou segmentação. Exemplo:



Redesign de um game de sucesso;



Poucos concorrentes na época de lançamento;



Game centers para distribuição do jogo;



Venda de personagens como forma de receita;



Jogo simples e de baixo custo de produção.

Agora que já entendemos como funciona o Game Design Canvas é hora de refletirmos sobre como criar pensar o Level Design e Mecânica!

3. Levels e Mecânica

Assim como um bom livro, os jogos precisam manter os jogadores interessados. Um nível ruim pode ser uma razão para fazer o jogador desistir do jogo, especialmente se for um dos níveis iniciais. É por isso que os designers de jogos sempre têm em mente que a satisfação do jogador é importante e perguntam “Esse nível é interessante?” (RYAN, 1999).

Projetar espaços de jogo não é um fenômeno novo. No entanto, o nível de design dos jogos de computador existe há apenas 30 anos e sofreu mudanças significativas neste curto período. No início da história do desenvolvimento de jogos digitais, uma pessoa pode criar um jogo sozinha, mas com o passar do tempo o jogo se torna cada vez mais complexo.

O Level Design consiste na criação de levels, ou seja, níveis em jogos digitais sejam eles campanhas, missões, rounds etc. A criação de um nível tipicamente começa com um conceito de arte, esboço, renderização e modelos físicos. Depois de concluído, a ideia se transforma em extensa documentação, modelagem de ambiente, e a colocação de entidades específicas de jogo (personagens). Essa tarefa geralmente é feita com a ajuda de um editor de níveis.

O layout do mapa possui vários estágios de desenvolvimento, que podem variar muito de acordo com os diferentes tipos de jogos.

Inicialmente, o jogo consistia em diferentes níveis de dificuldade, começando no nível um. Cada nível é mais difícil do que o anterior e a dificuldade aumenta continuamente, por isso é chamado de “nível”.

Os títulos modernos seguem essa fórmula até certo ponto. Na maioria dos jogos modernos, as diferenças entre os níveis são sutis e as transições são relativamente difíceis de detectar. Para o designer de jogos Dan Taylor, existem dez princípios para um bom design de níveis, são eles:

Ser divertido: usar uma linguagem visual clara para orientar o jogador pelo caminho principal, e criar interesse através da verticalidade, caminhos secundários, áreas escondidas e elementos de labirintos.



Contar uma história independente de palavras: além da narrativa explicita através da história e objetivos, um bom level design apresenta uma narrativa implícita através do ambiente, e dá aos jogadores uma mecânica de escolhas para que eles possam criar sua própria narrativa emergente.



Dizer ao jogador o que fazer, mas não como fazer: garante que os objetivos da missão estão claros, mas permite aos jogadores completá-los do jeito que eles preferirem, e, sempre que possível, em qualquer ordem.



Ensinar constantemente algo novo ao jogador: mantém o jogador engajado introduzindo novas mecânicas através do jogo, e impede que mecânicas já aprendidas sejam descartadas aplicando modificadores ou reutilizando-as de maneiras inusitadas.



Ser surpreendente: um bom Level Design não tem medo de arriscar o ritmo, estética, localidade e outros elementos para criar uma experiência nova.



Capacitar o jogador: jogos digitais são escapistas e, como tal, devem abster-se do mundano. Além disso, um bom level design reforça a capacidade do jogador permitindo que eles experimentem as consequências das suas ações, de maneira imediata ou a longo prazo através do design dos de todos os níveis.

- **Permitir ao jogador controlar a dificuldade:** preparar o caminho principal para jogadores iniciantes, apresentando à jogadores avançados desafios opcionais comunicando claramente o risco e a recompensa.

- **Ser eficiente:** recursos são limitados. Um bom design de nível cria eficiência através da modularidade, jogabilidade bidirecional, objetivos integrados e bônus exploráveis que fazem uso de todo espaço jogável.

- **Criar emoção**: Começa pelo fim, com a resposta emocional desejada, e trabalha no sentido contrário, selecionando as mecânicas apropriadas, métricas espaciais e dispositivos de narrativa para alcançar aquela resposta.

- **Ser movido pela mecânica do jogo:** Acima de tudo, demonstra a mecânica do jogo através dos níveis, para reforçar a natureza interativa única dos games.

Nessa etapa será necessário descrever cada nível acrescentando o Pace ou pacing, ou seja, o passo, ritmo, frequência em que algo acontece no jogo!

O pacing (Figura 3) determina a velocidade da mudança em cada nível, quando coisas novas devem aparecer e quando os eventos devem ocorrer. Este será um termo usado para descrever a velocidade de uma atividade ou movimento, o fluxo de eventos em um trabalho de entretenimento. Todas as artes relacionadas ao tempo, como filmes, drama, música e dança, estão intimamente relacionadas ao ritmo (ritmo).

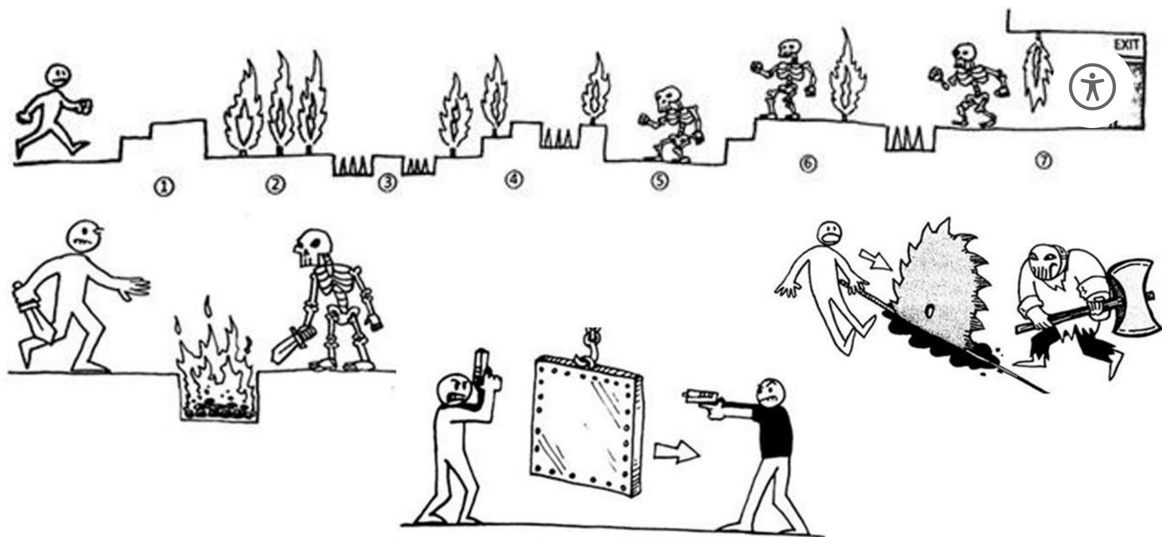


Figura 3 - Pacing | GEHLING, 2015

Atividade Extra

Leia o artigo:

Uma proposta de Game Design Canvas unificado.

Fonte: Anais. XVI SBGames – Curitiba, 2 nov. 2017. p. 141 – 148.

Autor: Victor Travassos Sarinho

Disponível em:

https://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/ArtesDesignFull/175107.pdf

Assista ao vídeo “Challenge Crossing” Super Mario Maker level no Youtube.

Disponível no Youtube.

Referência Bibliográfica



GEHLING, M. B. **Teoria Sobre Game Design: Level Design.** Blog, 2015. Disponível em: <https://mbg3dmind.wordpress.com/2015/06/01/level-design-parte-1/>.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.; OLIVEIRA, M. A.; FERREIRA. J. J. **Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers.** African journal of business management. Apr 4;5(7): p. 22-30, 2011.

SARINHO, V. T. Uma proposta de Game Design Canvas unificado. In Anais. **XVI SBGames** – Curitiba, 2 nov. 2017. p. 141 – 148. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2017>

RYAN, T. **Beginning Level Design**, **Part 1**. London: Game Developer, abr. 1999. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/feature/131736/beginning_level_design_part_1.php>

ROGERS, S. **Level Up: um guia para o design de grandes jogos.** São Paulo: Blucher, 2012.

Ir para exercício